

# 冬夜“画线人”

文/本报记者 姬生辉 图/本报记者 张晓科

晚上10点,零下7℃,深夜的马路上,偶尔驶过的汽车灯光中,将陈强本的身影拉得老长。

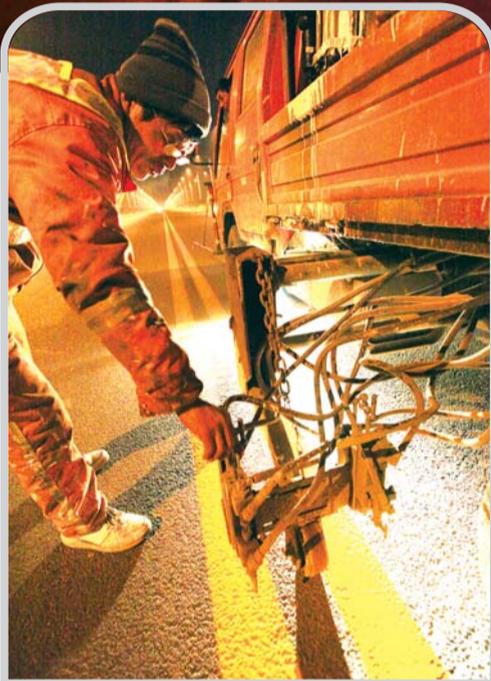
陈强本是济宁市交警支队下属交通标线施划队的队长,手下有22名队员。他们的工作就是,让路面上的交通标线保持清晰、美观。“我们是夜间工作者,城区18万平方米的路面,就是我们的办公桌。”

19日晚,长青路上的济宁市交警支队设施大队内,东侧两间库房灯火通明,十多位身着橙色工作服的工作人员紧张地忙碌着。搬运油漆桶、机器设备、安全墩,不一会功夫,三辆小货车被装得满满当当。43岁陈强本深吸了一口烟,将烟头扔到地上用脚碾灭,最后一个上车,“伙计们,开工喽……”

小货车沿太白楼路向东驶过如意洗府河大桥,陈强本与六位工友将车停下,“今天咱们画道路中央的黄线,把喷漆机打开,开车时记得保持直、稳。”开车、喷漆、放警示墩……施工车发动,六名工人各施其责,车辆驶过,两条笔直、鲜亮的黄线向前延伸着。陈强本走在车后不时高声指点,在寂静的夜空中,划下一道道印记。

“画道路标线来不得一丝马虎,必须一次完成,没有第二次机会。”陈强本年轻时做过建筑工,干过装修,换过不少工作,但17年前第一次走上这个岗位后,就认定了这个营生。“住小旅馆,吃街边饭,说不苦那是假话。”陈强本的施划队中,年龄最大55岁,最小的21岁,都是陈强本的老家烟台招远同乡。习惯了昼伏夜出的生活,陈强本和工友们白天都不怎么爱出门。“前天下午我到小旅馆对过的商店买烟,听到一个四五岁的男孩问妈妈,‘马路上的线真漂亮,是谁画的呀’,心里美滋滋的。”陈强本说,这是他第一次感觉到,自己的辛勤付出被别人肯定。

“有人说我们是道路美容师,但我们更希望驾驶员开车时,能清楚地看到我们画的标线,不会发生交通事故。”说完,陈强本快步追赶开出老远的施工车,消失在城市的黑夜中,只剩下路中央那两条笔直的黄线,无限延伸。



▲陈强本跟在车后面,不时高声指点。

◀检查喷漆机。

▼调试设备。



## 持续旺销 江淮轿车 11月国内销量再创新高

### ——济宁金瑞达江淮4S店圣诞节活动火爆报名中...



淮汽车把握中国汽车市场发展脉搏并综合乘用车发展实际,为应对未来市场竞争而作出的一项重大战略决策,也是江淮“大乘用车战略”的深化与升级。“瑞风+和悦”双品牌战略改变了以车型品类划分品牌的传统模式,回归消费者原点,重新构建以客户为导向的模式,标志着江淮乘用车由产品型品牌向品牌型品牌转变的“1.0时代”正式进入品牌型品牌竞争的“2.0时代”,实现了从产品型品牌向品牌型品牌转变的跨越。在全新“双品牌”战略下,江淮乘用车今年的体系力变化成果显著。正是以实销为导向、以客户为中心的运营理念,使和悦销量稳步增长,月销过万,而江淮乘用车也因此一举跻身自主品牌阵营增长率的前列。

除了和悦自身过硬的产品力,在竞争激烈的市场环境下,汽车市场营销的作用日益举足轻重。中国汽车市场的营销活动日渐呈现出角色参与多元化、营销形式多元化等特点,优秀的营销手段成为自主品牌抢占市场份额的必要能力。在这个意义上,江淮乘用车在全国各地持续火爆上演的和悦飞行秀活动的成功,正为业界提供了值得借鉴的实践经验。通过“深入大众,注重体验”的营销手段,和悦品牌让消费者真正“看得见、摸得到、体验得到”。凭借丰富的人性化配置和较高的性价比,和悦Sports系列更成为活动的亮点,让广大消费者在精彩绝伦的飞车表演中直观感受和悦的品质实力。

江淮乘用车正式进入品牌经营“2.0时代”向来自品牌型品牌阵营中的江淮乘用车,更在广州车展发布了“瑞风+和悦”双品牌战略。这既是江淮汽车把握中国汽车市场发展脉搏并综合乘用车发展实际,为应对未来市场竞争而作出的一项重大战略决策,也是江淮“大乘用车战略”的深化与升级。

品牌车企在轿车市场树立了榜样和信心。相信随着自身产品力与品质的不断提升,和悦在2013年将作为江淮乘用车的主力军,实现更高的跨越。

作为江淮乘用车旗下旗舰车型,和悦在设计理念、生产工艺、科技含量、产品品质等方面都向中高端车标准看齐,综合性价比表现可圈可点。早在前期和悦品质马拉松活动开展之际,其品质已受到消费者的广泛认可。而今年和悦Sports系列上市,和悦的产品线更得到了进一步的完善,整体优势更加突显,其在全国举行的“和悦飞行秀”更是凭借场均成交量过百,单场最高成交量破800台的战绩享有“自主品牌性价比之王”的美誉。收获口碑的同时,和悦销量亦节节攀升。在和悦的强势带动下,江淮乘用车连续三个月销量攀升,持续“金九银十”强销后劲,成功打响年底“收官之战”。

和悦热线: 0537-3717800  
24小时服务热线: 0537-3716222

济宁市金瑞达汽车销售有限公司  
地址: 济宁市高新区黄屯镇孙店(车管所附近)  
网址: www.jdqm.cn

据悉,自9月以来,和悦、同悦、悦悦三个品牌国内销量突破万辆大关,环比增长65.28%的大幅度攀升。10月江淮乘用车环比9月销量继续增长6.8%,国内市场销量12366辆,同比上年增长61%。其中,和悦销量达到8962辆,同比增长97.9%,环比增长7.5%。11月和悦销量突破11679辆,正式跻身“万辆俱乐部”,成功领跑自主品牌轿车市场。

紧盯市场脉搏,密切关注消费者需求动态,注重技术创新和新产品开发,是自主品牌提升的重要动力。作为江淮乘用车旗下旗舰车型,和悦在设计理念、生产工艺、科技含量、产品品质等方面都向中高端车标准看齐,综合性价比表现可圈可点。早在前期和悦品质马拉松活动开展之际,其品质已受到消费者的广泛认可。而今年和悦Sports系列上市后,和悦的产品线更得到了进一步的完善,整体优势更加突显。和悦Sports系列凭

在外形、内饰、动力、安全、配置等多方面的全面提升,以传承取系血脉的全新流动形象及运动本能,掀起家轿领域的“运动”风潮,赢得了消费者的认可和青睐,也直接促成了和悦销量的不断攀升。

江淮乘用车正式进入品牌经营“2.0时代”

向来自品牌型品牌阵营中的江淮乘用车,更在广州车展发布了“瑞风+和悦”双品牌战略。这既是江淮